

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. J. (2017). Mengintip Logo Sederhana Merek Fesyen Zara. <https://www.viva.co.id/arsip/883158-mengintip-logo-sederhana-merek-fesyen-zara>. Diakses 15 Februari 2022
- Akurat. (2019). Persaingan Industri Fashion Makin Ketat, Penjualan Online Jadi Lini Terdepan. <https://akurat.co/persaingan-industri-fashion-makin-ketat-penjualan-online-jadi-lini-terdepan>. Diakses 17 Februari 2022
- Amilia, S., dan Asmara, O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa (Vol. 6, Issue 1)
- Bahri, S., dan Herlina. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Syamsul Bahri. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(2).
- Christian, S. (2018). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian: peran minat beli sebagai variabel moderating. <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Sulawesi Selatan: Global Research and Consulting Institute
- Desty Wulandari, R., dan Alananto Iskandar, D. (2018). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Fauzi, F., & Asri, R. (2020). PENGARUH ETNOSENTRISME, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK (Studi pada Konsumen di wilayah Jakarta Barat). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Volume 4, No 2. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.2.86-95>

- Firmansyah, M, A. (2019). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING & STRATEGY)*. Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M., A. (2019). *PEMASARAN (DASAR DAN KONSEP)*. Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Hamdat, A., Arfah., Kusuma, A., Cahya, B., T., Sri, D., Sriwardiningsih, E., Astri, F. dan Dwia, V. (2020). *Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen : Prinsip Dasar, Strategi dan Implementasi*. Yogyakarta: Diandra Primamitra Media.
- Highlight. (2018). Menguak Fakta-fakta Tersembunyi di Balik Kesuksesan ZARA. <https://highlight.id/fakta-fakta-zara-menarik-fashion-merek-branded-terkenal-dunia-populer/>. Diakses 15 Februari 2022
- Hikmawati, F. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: Raja Grafindo
- IDN Times. (2019). 6 Fakta Menarik Zara, Fast Fashion Brand Ternama dari Spanyol. <https://www.idntimes.com/science/discovery/eliza/fakta-menarik-zara-c1c2/6>. Diakses 16 Februari 2022
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN KONSUMEN*. Surabaya: Unitomo
- Juliana, K. E., Luh, N., Sayang Telagawathi, W., Agus, G. P., dan Susila, J. (2018). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT. Bisma: *Jurnal Manajemen*, 5(1).
- Kompas.com. (2017). Kisah Asal Usul Penamaan Zara. <https://lifestyle.kompas.com/read/2017/07/12/114600620/kisah.asal.usul.penamaan.zara>, Diakses 15 Februari 2022
- Lectra. (2019). Uniqlo strategy – The differences with competitors H&M and Zara. <https://www.lectra.com/en/library/uniqlo-strategy-the-differences-with-competitors-hm-and-zara>. Diakses 16 Februari 2022

- Mahmudah, I. S., & Tiarawati, M. (2018). *BISMA Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume 6 No. 2 Februari 2018*
- Nurchaya, I. N., dan Rastini, N. M. (2020). Sikap Etnosentrisme Memoderasi Pengaruh Product Knowledge, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(1), 54. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2020.v14.i01.p06>
- Nurochani, N., dan Mulyana, D. (2017). PENGARUH SERVICESCAPE DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Klinik Bersalin Bunga Mawarni Kota Banjar). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1). <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.11-15>
- Pratama Indrianto, A. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek ades di yogyakarta. *Journal Economics and Business*, 18(2), 2021–2223. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- Rahmawati. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman
- Rizan, M., dan Nauli, M. O. (2017). THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE, PRODUCT QUALITY AND PERCEIVE RISK ON PURCHASE DECISION TRANSFORMER PRODUCT PT. SCHNEIDER INDONESIA. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* |, 8(1), 2301–8313. <https://doi.org/10.21009/JRMSI>
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan Mix Method*. Edisi Kedua. Depok: Raja Grafindo
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhaily, L., dan Darmoyo, S. (2017). EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PERCEIVED PRICE AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISION

MEDIATED BY CUSTOMER TRUST (Study On Japanese Brand Electronic Product). *In Jurnal Manajemen*: Vol. XXI (Issue 02).

Sukri, S, A. (2020). *Basic Marketing Strategy*. Lombok: Pemuda Aswaja

Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Yogyakarta: Andi

Supriyadi, Wiyani Wahyu, dan Indra Ginanjar. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, Volume 4 No 1.

Teddy, A., dan Zuliestiana, D, A. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI APLIKASI GOFOOD DI KOTA BANDUNG. *e-Proceeding of Management: Vol.7, No.2*

Thevou. (2022). Top Fashion Brands In The World In 2022 (30 Most Valuable & Popular). <https://thevou.com/fashion/top-fashion-brands/>. Diakses 11 Mei 2022

Widyastuti., S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: UnivPancasila

Yulianti, F., Lamsah., dan Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: DeepPublish